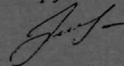


0- 794858

На правах рукописи



Трусова Светлана Васильевна

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ  
ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами  
(сфера услуг)

**Автореферат**  
диссертации на соискание ученой степени  
кандидата экономических наук

Красноярск - 2011

~~800-158/01-1155~~  
09/09.2011

0- 794858

*На правах рукописи*

**Трусова Светлана Васильевна**

**СОВЕРШЕНСТВОВАНИЕ ОЦЕНКИ КАЧЕСТВА УСЛУГ  
ПРЕДПРИЯТИЙ РОЗНИЧНОЙ ТОРГОВЛИ**

Специальность 08.00.05 – Экономика и управление народным хозяйством:  
экономика, организация и управление предприятиями, отраслями, комплексами  
(сфера услуг)

**Автореферат**  
**диссертации на соискание ученой степени**  
**кандидата экономических наук**

Красноярск - 2011

НАУЧНАЯ БИБЛИОТЕКА КФУ



0000807388

Работа выполнена в Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Красноярский государственный торгово-экономический институт»

**Научный руководитель:** доктор экономических наук, профессор  
**Терещенко Наталья Николаевна**

**Официальные  
оппоненты:** доктор экономических наук, профессор  
**Куимов Василий Васильевич**

кандидат экономических наук, профессор  
**Соломатин Александр Николаевич**

**Ведущая организация:** Федеральное государственное бюджетное образовательное учреждение высшего профессионального образования  
**«Орловский государственный институт экономики и торговли»**

Защита диссертации состоится «29» сентября 2011 г. в 14.00 на заседании диссертационного совета Д 227.008.01 при Федеральном государственном бюджетном образовательном учреждении высшего профессионального образования «Красноярский государственный торгово-экономический институт» по адресу: 660075, г.Красноярск, ул. Л. Прушинской, 2, зал заседаний диссертационных советов, ауд. 4.14.

С диссертацией можно ознакомиться в библиотеке Красноярского государственного торгово-экономического института

Автореферат размещен на официальном сайте института:  
<http://www.kgtei.ru/>

Автореферат разослан 29 августа 2011 г.

Ученый секретарь  
диссертационного совета



А. Т. Петрова

## **I. ОБЩАЯ ХАРАКТЕРИСТИКА РАБОТЫ**

**Актуальность исследования.** В связи с развитием рыночных отношений в экономике страны происходит ужесточение конкуренции среди хозяйствующих субъектов рынка, характеризующееся усилением значения неценовых методов, основным из которых является повышение качества оказываемых услуг. Особое значение данная проблема имеет для розничной торговли, оказывающей разнообразный спектр основных и дополнительных услуг непосредственным потребителям, предъявляющим различные требования к их качеству.

Несмотря на достаточно широкое освещение вопросов изучения услуг в современной экономической литературе, многие аспекты в сфере розничной торговли остаются нерешенными или носят дискуссионный характер. В настоящее время среди отечественных экономистов существуют различные подходы к понятийному аппарату и методике проведения оценки качества услуг, что затрудняет их применение в исследованиях и разработке эффективных управленческих решений. Кроме того, предлагаемые отечественными учеными научно-методические подходы касаются в основном изучения качества услуг в здравоохранении, образовании и других отраслях сферы услуг, в связи с чем остается нерешенной проблема их применения в розничной торговле. Недостаточно в настоящее время обоснованы детерминанты качества услуг предприятий розничной торговли и проработаны методики их оценки с учетом интересов различных групп рыночных субъектов, позволяющие провести всесторонний анализ на основе дифференцированного подхода.

Накопившийся круг вышеуказанных проблем вызывает необходимость углубления научных исследований в области оценки качества услуг предприятий розничной торговли для повышения эффективности деятельности и обуславливает актуальность настоящего диссертационного исследования.

**Степень разработанности проблемы.** Основой диссертационного исследования являются труды отечественных и зарубежных экономистов, внесших существенный вклад в решение указанных проблем, результаты фундаментальных и прикладных исследований в области оценки качества услуг, собственные исследования автора.

В работе нашли отражение теоретические и методические аспекты исследования качества, в том числе качества услуг, ведущих зарубежных ученых, таких как Л. Берри, А. Генри, К. Гренроос, У. Э. Деминг, Д. Джоббер, Д. М. Джуран, В. Зайтамль, Ф. Котлер, Ф. Кросби, Б. Лоус, Р. Малери, К. Маркс, А. Парасураман, К. Пасс, Э. Пендлтон, А. Фейгенбаум, Дж. Харрингтон, Т. Хилл и др. Однако социально-экономические условия функционирования предприятий розничной торговли России не позволяют переносить зарубежный опыт исследования качества услуг без адаптации к особенностям работы отечественных предприятий.

Среди отечественных экономистов, занимающихся исследованиями качества услуг в тех или иных аспектах, следует отметить Б. И. Герасимова, В. Э. Гордина, Е. И. Данилова, Н. В. Злобина, В. В. Кулибанов, В. В. Маркову, Т.

И. Парамонову, С. П. Спиридонову, М. Д. Сушинскую и др. Исследования данных авторов посвящены теоретическим и методическим аспектам изучения качества услуг в различных отраслях экономики без учета специфики оценки данного показателя в розничной торговле.

Вопросам оценки качества услуг в сфере розничной торговли посвящены труды И. А. Бланка, В. Ф. Егоровой, И. Ш. Дзахмишевой, П. Колена, Н. Е. Николайчук, М. А. Николаевой, Э. Ньюмена, В. В. Панюковой, О. В. Пахбухчиянца, В. А. Сайдашевой, О. А. Семина и др. Однако в трудах приведенных авторов не нашли достаточно глубокого отражения проблемы изучения качества услуг в сфере розничной торговли с учетом интересов различных рыночных субъектов на основе интегральной оценки, что ограничивает возможность практического применения и предопределяет необходимость поиска новых научных подходов, позволяющих всесторонне и дифференцированно оценить качество услуг предприятий розничной торговли с учетом различных мотиваций рыночных субъектов для разработки механизма повышения социально-экономической эффективности.

**Цель диссертационного исследования** заключается в совершенствовании методики оценки качества услуг как основы повышения социально-экономической эффективности деятельности предприятий розничной торговли.

В рамках указанной цели предполагается постановка и последовательное решение следующих взаимосвязанных задач:

- систематизировать научные подходы к определению категорий «услуга» и «качество услуг» предприятий розничной торговли, классификации видов услуг, конкретизируя и дополняя их содержание;
- на основе критического анализа существующих методических подходов разработать методику оценки качества услуг предприятий розничной торговли с учетом интересов различных рыночных субъектов;
- предложить и апробировать методику оценки качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли, позволяющую наиболее полно использовать как частные, так и обобщающие показатели качества;
- изучить и структурировать систему показателей оценки качества услуг предприятий розничной торговли, определив основные его детерминанты и соответствующие им частные и интегральные показатели оценки.

**Предметом исследования** выступают социально-экономические отношения, возникающие в процессе реализации услуг предприятиями розничной торговли и оценки их качества.

**Объектом исследования** выступают предприятия розничной торговли различных типов и форматов.

**Область исследования.** Содержание диссертации соответствует п. 1.6. 116 «Механизм повышения эффективности и качества услуги» и 1.6.115 «Социально-экономическая эффективность и качество обслуживания населения в отраслях сферы услуг» ~~наименований специальностей научных работников (экономические науки)~~

**Теоретическую и методологическую основу исследования** составляют научные труды зарубежных и отечественных экономистов по проблемам исследования качества услуг и торгового обслуживания. Методологической основой исследования являются общенаучные методы теоретического и эмпирического познания (анализ и синтез; индукция и дедукция; системность и единство исторического и логического и т. п.), а также прикладные экономико-статистические методы (статистические группировки, сравнения, классификации и т. д.) и методы социологических исследований (анкетирование, опрос), что обеспечило достоверность результатов исследования и обоснованность выводов, обобщений.

**Информационной базой исследования** в диссертации послужили законодательные, нормативные, инструктивные акты Российской Федерации и ее субъектов по вопросам развития и регулирования потребительского рынка и розничной торговли, экономическая литература отечественных и зарубежных ученых по теме исследования, материалы периодической печати, информационные ресурсы сети Интернет, результаты научных и практических разработок, выполненных при участии автора.

**Научные результаты, выносимые на защиту:**

- дополнено содержание категорий «услуги», «качество услуг» предприятий розничной торговли на основе полезности услуг; предложена классификация видов услуг розничной торговли, дополненная авторскими признаками «по направленности услуг» и «по мере воздействия»;
- предложена методика изучения и оценки качества услуг предприятию розничной торговли на основе дифференцированного подхода, в рамках которой разработана блок-схема проведения исследования, определены основные детерминанты качества услуг с позиций потребителей и поставщиков товаров и дана их характеристика;
- разработана методика оценки качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли с выделением этапов проведения исследования и предложена соответствующая система показателей на основе интегрального подхода;
- определены основные детерминанты качества услуг и предложена система частных и интегральных показателей их оценки в предприятиях розничной торговли с позиций различных рыночных субъектов.

**Научная новизна результатов исследования:**

- предложенное содержание категорий «услуга» и «качество услуг» розничной торговли отличается от существующих подходов взаимосвязью с категорией полезности (временной, пространственной, полезности владения) с точки зрения эффективности процессов обмена. Авторская классификация услуг предприятий розничной торговли учитывает многообразие существующих критериев, дополненных признаками «по направленности услуг» и «по мере воздействия», что позволяет расширить возможности исследования на основе дифференцированного подхода;
- методика изучения и оценки качества услуг предприятий розничной торговли отличается от традиционных синтезом трех подходов (оценки «ожидания-восприятия», анализ отдельных характеристик качества услуг,

интегральная их оценка) и позволяет осуществлять сравнительную оценку качества услуг с учетом мотиваций основных групп рыночных субъектов с применением интегрального и дифференцированного подходов;

- методика оценки качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли отличается от существующих оценкой частных показателей в разрезе таких детерминант, как затраты времени на торговое обслуживание, безопасность, культура обслуживания, и расчетом интегрального показателя, что позволяет разработать стратегию повышения качества торгового обслуживания с учетом выявленных недостатков;

- детерминанты качества услуг предприятий розничной торговли структурированы с учетом интересов потребителей и поставщиков товаров, предложенный порядок расчета интегральных показателей в разрезе отдельных детерминант качества и в целом по предприятию учитывает мотивации основных групп рыночных субъектов, что способствует определению конкурентных преимуществ в деятельности предприятий и повышению эффективности ее результатов.

**Теоретическая значимость результатов исследования.** Разработаны теоретические и методические подходы к осуществлению проведения исследований качества услуг предприятий розничной торговли, предложена авторская методика его оценки, структурированы и дополнены системные показатели анализа.

**Практическая значимость результатов исследования** заключается в возможности применения полученных результатов в практической деятельности предприятий розничной торговли для оценке эффективности их функционирования; исполнительными органами государственной власти Российской Федерации и ее субъектов при разработке стратегий, концепций развития розничной торговли; в научной и учебной деятельности преподавателей вузов, выпускающих специалистов для сферы услуг.

**Апробация работы и внедрение результатов исследования.** Основные результаты диссертационного исследования реализованы в форме выступлений на III, IV, V, VI Межрегиональной научно-практической конференции «Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития» Красноярского государственного торгово-экономического института (г. Красноярск, 2007-2010 г.); на IV, VI, VIII Межрегиональной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Актуальные проблемы развития потребительского рынка» Красноярского государственного торгово-экономического института (г. Красноярск, 2006, 2008, 2010 г.); III Межрегиональной научно-практической конференции аспирантов и докторантов «Актуальные проблемы современной науки и пути их решения» Красноярского государственного торгово-экономического института (г. Красноярск, 2010 г.); V Межрегиональной научно-практической конференции студентов, аспирантов и молодых ученых «Современные проблемы российской экономики» Красноярского государственного торгово-экономического института (г. Красноярск, 2008 г.).

Отдельные положения диссертационной работы вошли в отчеты по научно-исследовательским работам по темам: «Изучение и оценка качества

обслуживания розничной торговли» (НИР № ГВ 10-08, 2010 г.); «Разработка методологических подходов к оценке эффективности функционирования розничной торговли», выполненной по заказу Федерального агентства по образованию (НИР № 1.1.09, 2009 г.), «Изучение и оценка качества обслуживания потребителей в розничной торговле» (договор № 83/08, 2008 г.), «Изучение и оценка качества услуг розничной торговли» (договор № 70/07, 2007 г.).

Результаты исследования нашли практическое применение в ООО «Торговый союз» сети гастрономов «Красный Яр» (акт внедрения №134 от 02.02.2011 г.), ГОУ ВПО «Красноярский государственный торгово-экономический институт» (справка о внедрении № 424 от 30.09.2010 г.), а также в торговом предприятии ООО «Минусинские краски» (акт внедрения № 14 от 25.05.2010 г.).

**Публикации.** Основные положения диссертационного исследования нашли отражение в 16 опубликованных работах общим объемом 6,17 п.л. (авторских 3,77 п.л.), в том числе 2 статьи объемом 1,0 п.л. (авторские 0,8 п.л.) изданы в ведущих рецензируемых журналах, рекомендованных ВАК.

**Структура работы.** Диссертация состоит из введения, трех глав, заключения, библиографического списка, включающего 117 наименований, содержит 159 страниц основного текста, 25 рисунков, 35 таблиц, 13 приложений.

**Во введении** содержится обоснование актуальности темы исследования, определение объекта и предмета исследования, степени разработанности проблемы, целей и задач исследования, характеристика теоретической, методической и информационной базы исследования, обоснование научной новизны и практической значимости, сведения об объеме и структуре работы.

**В первой главе** «Теоретические аспекты оценки качества услуг предприятий розничной торговли» рассматривается сущность и содержание услуг, в том числе в предприятиях розничной торговли; систематизированы научные подходы к дифференциации услуг и предложена их классификация в розничной торговле, дополненная новыми признаками; представлена эволюция научных подходов к категории «качество услуг» и моделям качества услуг и предложено авторское видение понятия и современной модели качества услуг розничной торговли.

**Во второй главе** «Методика оценки качества услуг предприятий розничной торговли» представлен критический обзор имеющихся в экономической литературе методических подходов к изучению качества услуг отечественных и зарубежных экономистов; предложена авторская методика оценки качества услуг в предприятиях розничной торговли на основе синтеза трех подходов; определена и структурирована система единичных, частных и интегральных показателей исследования с позиций различных рыночных субъектов; предложена методика оценки качества торгового обслуживания в торговле.

**В третьей главе** «Изучение и оценка качества услуг предприятий розничной торговли по реализации продовольственных товаров г. Красноярска» осуществлена апробация предлагаемых автором методик оценки



качества услуг и качества торгового обслуживания на примере различных типов, форматов предприятий розничной торговли г. Красноярска.

В заключении формулируются основные выводы, предложения по использованию результатов проведенного исследования.

## II. ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ, ВЫНОСИМЫЕ НА ЗАЩИТУ

### 1. Конкретизация содержания категорий «услуга», «качество услуг» и классификации видов услуг предприятий розничной торговли

Проведенный анализ теоретических подходов отечественных и зарубежных ученых к определению категорий «услуга» и «качество услуги» розничной торговли выявил неоднозначность и существующие противоречия в их трактовках, что определяет необходимость их конкретизации. Категорию «услуга», на наш взгляд, целесообразно рассматривать как специфический товар во взаимосвязи с категорией полезности услуг в рыночных условиях и определить ее как общественную потребительную стоимость в форме полезной деятельности предприятий розничной торговли, предназначенную для удовлетворения спроса рыночных субъектов и экономической выгоды продавца посредством купли-продажи услуги.

Представленное нами определение «услуги» розничной торговли, в отличие от имеющихся, позволяет учитывать основной параметр полезности услуг в рыночных отношениях функционирования экономики – взаимовыгоду купли-продажи услуги как для ее продавца, получающего экономический эффект от своей деятельности, так и для покупателя услуги, удовлетворяющего свои потребности. Полезность услуг, предоставляемых предприятиями розничной торговли, заключается, на наш взгляд, в том, что они обуславливают эффективность процессов обмена с различных точек зрения (рис. 1).



Рисунок 1 - Полезность услуг предприятий розничной торговли с точки зрения эффективности процессов обмена

С точки зрения полезности, качество услуг предприятий розничной торговли, по нашему мнению, представляет собой степень соответствия

детерминант предоставляемых услуг совокупности конкретных потребностей и ожиданий рыночных субъектов с учетом цены, которую они готовы заплатить за данный вид услуги, и полезности услуг с точки зрения эффективности процессов обмена.

Важное значение в оценке качества услуг предприятий розничной торговли имеет научно обоснованная классификация разнообразного спектра видов услуг, что вызывает необходимость проведения дальнейших исследований в этой области научных интересов. Изучение работ отечественных и зарубежных экономистов позволило выделить 30 признаков дифференциации видов услуг, что позволяет осуществить всестороннюю классификацию данной категории.

Дополненные нами классификационные признаки по направленности услуг (предоставляемые покупателям и поставщикам товаров), по мере воздействия (индивидуальные и коллективные) позволили определить систему детерминант качества и основные направления исследований в разработанной блок-схеме последовательности проведения оценки качества услуг предприятий розничной торговли.

Углубление автором содержания категорий «услуга» и «качество услуг» розничной торговли, предложенная классификация видов услуг расширяют возможности исследования и позволяют обосновать методику оценки качества услуг предприятий розничной торговли.

## **2. Методика изучения и оценки качества услуг предприятий розничной торговли на основе дифференцированного подхода**

На основе изучения, критического переосмысления трудов ученых по теме исследования автором предлагается методика изучения и оценки качества услуг предприятий розничной торговли, которая, в отличие от существующих, основана на синтезе трех подходов (оценки «ожидания-восприятия», анализе отдельных характеристик качества услуг и их интегральной оценки), что позволило определить последовательность проведения исследования (рис. 2).

Дифференцированный подход при проведении исследований выражался в том, что оценка качества услуг предприятий розничной торговли осуществлялась в разрезе:

- двух основных групп рыночных субъектов розничного потребительского рынка: потребителей и поставщиков товаров;
- различных групп детерминант качества услуг;
- различных типов и форматов предприятий розничной торговли.

Предложенная методика позволяет получить всестороннюю оценку качества услуг предприятий розничной торговли на основе интегрального, дифференцированного подходов, выявить проблемы в данной области и разработать эффективные управленческие решения по повышению качества услуг и социально-экономической эффективности деятельности предприятия.

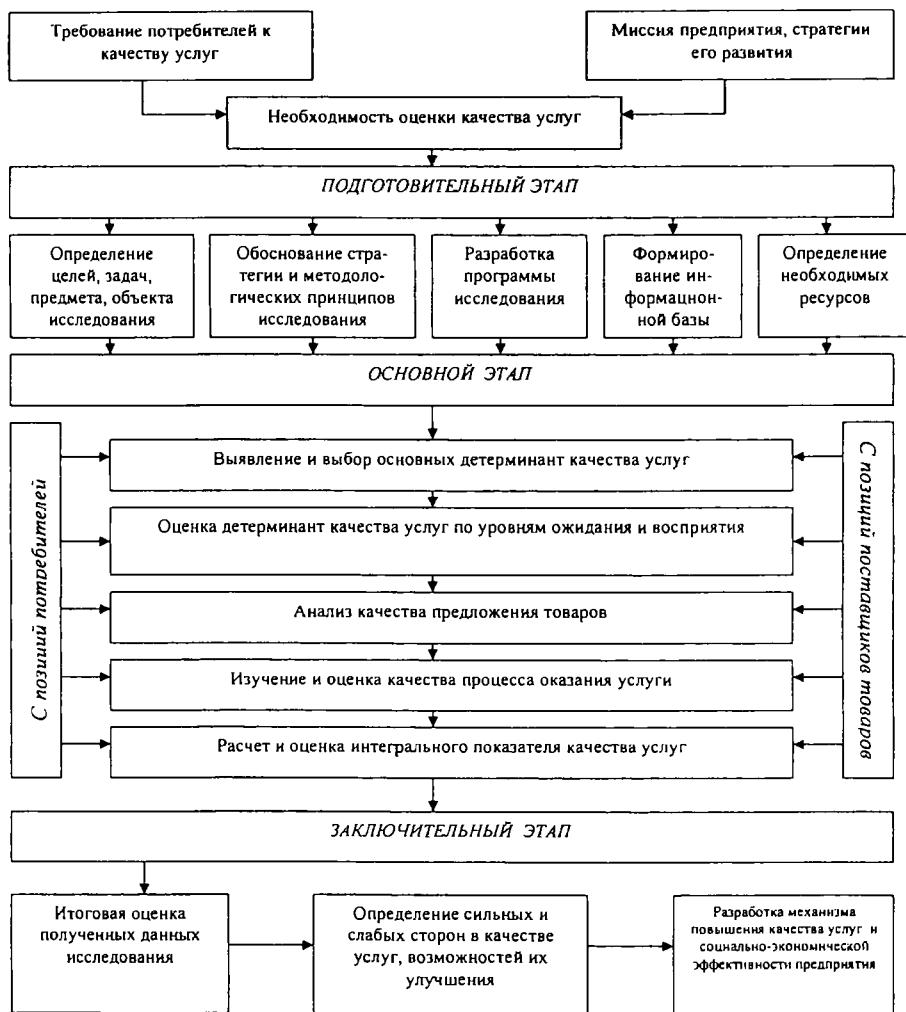


Рисунок 2 – Блок-схема осуществления изучения и оценки качества услуг в предприятиях розничной торговли

### 3. Методика оценки качества торгового обслуживания на основе интегрального подхода

Качество торгового обслуживания является важным показателем оценки деятельности предприятий розничной торговли, инструментом формирования положительного имиджа фирмы, ее привлекательности для покупателей.

Систематизация точек зрения ученых по вопросам оценки качества торгового обслуживания, а также результаты собственных исследований

позволяют предложить представленную ниже последовательность проведения исследований (рис.3).

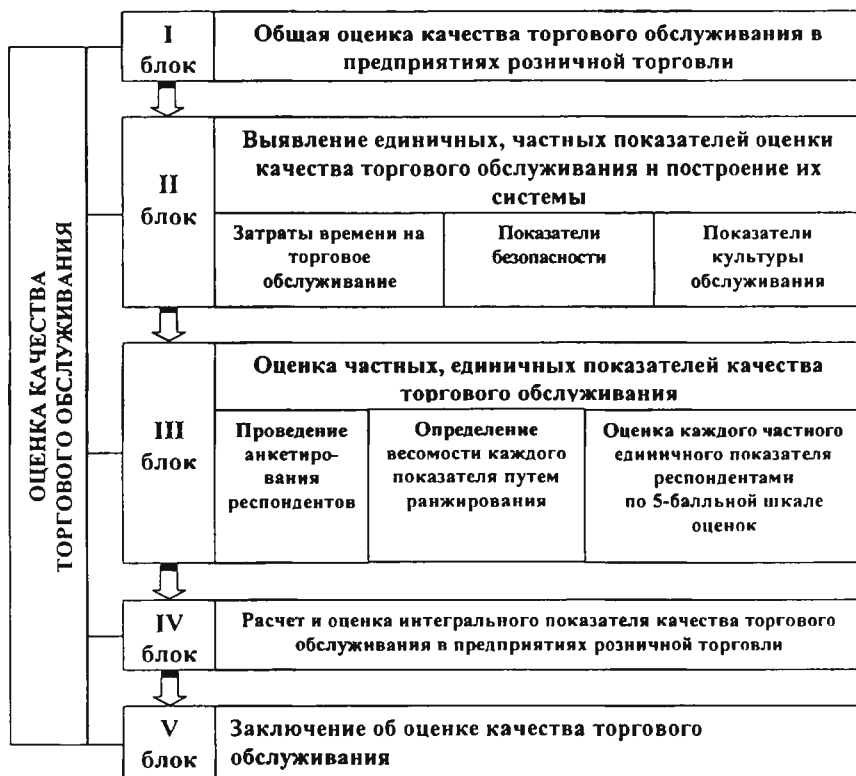


Рисунок 3 - Блок-схема проведения основного этапа оценки качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли

В рамках основного этапа исследования была определена система частных, единичных показателей в разрезе трех детерминант качества: затраты времени на торговое обслуживание, безопасность, культура обслуживания и осуществлена их оценка посредством анкетирования, в котором респондентам предлагалось осуществить ранжирование в порядке убывания значимости каждого частного показателя и провести их оценку по 5-балльной шкале.

После обработки результатов проведенного анкетирования осуществляется расчет *интегрального показателя* оценки качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли по следующей формуле:

$$И_{кач.об.} = \frac{П_1 \times З_1 + П_2 \times З_2 + П_3 \times З_3 + \dots + П_n \times З_n}{\sum_{i=1}^n 3}$$

где  $И_{кач.об.}$  – интегральный показатель оценки качества торгового обслуживания, %;  $П_1, П_2, \dots, П_n$  – доля потребителей, оценивших выбранный частный, единичный показатель, составляющий качество торгового обслуживания на «отлично» и «хорошо», %;  $З_1, З_2, \dots, З_n$  –

значимость выбранного частного, единичного показателя, составляющего качество торгового обслуживания, %

Произведенные расчеты (табл. 1) показали, что наибольшее значение интегрального показателя качества торгового обслуживания отмечено в специализированных предприятиях розничной торговли по реализации продовольственных товаров – 83,1 %, в супермаркетах, универсамах – 76,6 %, в гипермаркетах – 75,5 %. Самое низкое значение интегрального показателя качества торгового обслуживания приходится на организованные продовольственные рынки (57,7 %), павильоны «Продукты» и минимаркеты (62,2 %), слабыми сторонами которых являются более низкие значения безопасности и культуры обслуживания.

Таблица 1– Интегральный показатель качества торгового обслуживания в различных типах, форматах предприятий розничной торговли по реализации продовольственных товаров г. Красноярск (по мнению респондентов), %

Частные, единичные показатели	Значимость частных, единичных показателей	Доля потребителей, оценивших частный, единичный показатель качества торгового обслуживания на «отлично» и «хорошо»					
		гипермаркет	супермаркет, универсам	магазин «Гастроном»	специализированный магазин	павильон «Продукты», минимаркет	организованный продовольственный рынок
I. Показатели затрат времени на торговое обслуживание							
Затраты времени на поиск и выбор товара	19,8	68,4	72,3	76,8	83,3	86,6	72,3
Затраты времени на консультирование, обслуживание торговым персоналом	20,9	66,2	70,1	75,2	77,3	90,1	86,2
Затраты времени на кассовое обслуживание, расчеты за покупку	24,6	60,3	68,4	70,1	72,3	83,3	80,1
II. Показатели безопасности при торговом обслуживании							
Безопасность персонала	19,5	80,3	77,3	73,6	78,2	40,1	36,3
Безопасность покупателя	22,2	85,3	85,1	80,0	89,4	56,6	32,2
Безопасность личных вещей покупателей	15,2	87,7	86,5	72,3	80,1	0	0
III. Показатели культуры обслуживания							
Компетентность, профессионализм персонала	20,2	76,1	76,2	73,1	89,9	58,6	58,2
Отношение торгового персонала к покупателю	15,9	76,1	73,6	71,8	90,6	63,6	78,4
Внешний вид персонала	13,5	89,1	85,6	80,1	93,2	60,2	59,1
Интегральный показатель качества торгового обслуживания	x	75,5	76,6	74,7	83,1	62,2	57,7

Выявленные основные параметры снижения качества торгового обслуживания в различных типах, форматах предприятий розничной торговли должны быть учтены при разработке стратегий деятельности для повышения социально-экономической эффективности.

#### 4. Детерминанты качества услуг предприятий розничной торговли и система показателей их оценки на основе интегрального подхода.

В диссертационной работе выявлены детерминанты качества услуг предприятий розничной торговли на основе пересмотра и дополнения существующих показателей с позиций интересов двух групп рыночных субъектов: потребителей и поставщиков товаров, и определена система единичных, частных показателей в разрезе каждой детерминанты.

Для выявления детерминант качества услуг предприятий розничной торговли и показателей, их характеризующих, определен всесторонний их перечень с позиций потребителей (55 показателей) и с позиций поставщиков товаров (31 показатель). Для выбора наиболее значимых показателей из предложенного перечня проведен опрос, в ходе которого респондентами осуществлено ранжирование каждого единичного показателя, что позволило выбрать наиболее значимые из них.

В результате анкетирования выявлены 25 единичных, частных показателей качества услуг предприятий розничной торговли с позиций потребителей в разрезе детерминант «качество предложения товаров», «материальные условия предоставления услуг», «доступность услуг», «качество торгового обслуживания», «завершенность покупки» и 25 единичных показателей оценки качества услуг предприятий розничной торговли с позиций поставщиков товаров в разрезе детерминант «качество предложения товаров», «информационность оказания услуг», «надежность оказания услуг», «доступность услуг», «профессионализм персонала».

После определения интегральных показателей по каждой детерминанте качества рассчитываются и оцениваются интегральные показатели качества услуг предприятий розничной торговли по следующим формулам:

- с позиций потребителей: 
$$Икач. усл. = \sqrt[3]{Ик.п.т. \times Им.у. \times Идост. \times Икач.об. \times Кз.п.},$$

где *Икач. усл.* – интегральный показатель качества услуг предприятий розничной торговли, %; *Ик.п.т.* – интегральный показатель качества предложения товаров, %; *Им.у.* – интегральный показатель материальных условий предоставления услуг, %; *Идост.* – интегральный показатель доступности услуг, %; *Икач. об.* – интегральный показатель оценки качества торгового обслуживания, %; *Кз.п.* – коэффициент завершенности покупки, %;

- с позиций поставщиков: 
$$Икач. усл. = \sqrt[3]{Ик.п.т. \times Иинф \times Идост. \times Инад. \times Ипроф.},$$

где *Икач. усл.* – интегральный показатель качества услуг предприятий розничной торговли, %; *Ик.п.т.* – интегральный показатель качества предложения товаров, %; *Иинф.* – интегральный показатель информационности оказания услуги, %; *Идост.* – интегральный показатель доступности услуг, %; *Инад.* – интегральный показатель надежности оказания услуги, %; *Ипроф.* – интегральный показатель профессионализма персонала, %.

Расчет интегрального показателя оценки качества услуг предприятий розничной торговли с позиций потребителей (табл. 2) показал, что наиболее

высокое значение данного показателя имеют гипермаркеты (83,4%), супермаркеты, универсамы (80,2%) и специализированные магазины (79,3%).

Таблица 2 - Интегральный показатель оценки качества услуг в различных типах, форматах предприятий розничной торговли по реализации продовольственных товаров г. Красноярск (по мнению потребителей), %

Интегральные показатели	Значения интегрального показателя в зависимости от типа, формата предприятий					
	гипермаркет	супермаркет, универсам	магазин «Гастроном»	специализированный магазин	павильон «Продукты», минимаркет	организованный продовольственный рынок
Качества предложения товаров в торговле	82,9	78,6	73,0	73,7	41,9	68,8
Материальных условий предоставления услуг	85,8	79,7	70,3	74,7	37,1	39,6
Доступности услуг	75,8	74,2	73,5	73,6	83,3	63,4
Качества торгового обслуживания	75,5	76,6	74,7	83,1	62,2	57,7
Коэффициент завершенности покупки	99,0	93,0	85,0	93,0	68,0	89,0
Интегральный показатель оценки качества услуг предприятий розничной торговли	83,4	80,2	75,1	79,3	55,9	60,7

Проведенные расчеты интегрального показателя оценки качества услуг предприятий розничной торговли, по мнению респондентов-поставщиков продовольственных товаров (табл. 3), показали, что наиболее высокое значение данного показателя имеют специализированные магазины (77,9%) и гипермаркеты (77,1%), а наименьшие значения интегрального показателя имеют павильоны «Продукты» и минимаркеты (51,1%) и организованные продовольственные рынки (58,1 %).

Таблица 3 – Интегральный показатель оценки качества услуг в различных типах, форматах предприятий розничной торговли по реализации продовольственных товаров г. Красноярск (по мнению поставщиков), %

Интегральные показатели	Значения интегрального показателя в зависимости от типа, формата предприятий					
	гипермаркет	супермаркет, универсам	магазин «Гастроном»	специализированный магазин	павильон «Продукты», минимаркет	организованный продовольственный рынок
Качества предложения товаров	86,1	80,0	76,8	79,6	38,6	66,3
Информационности оказания услуг	69,7	65,3	45,0	72,5	29,5	32,9
Надежности оказания услуг	79,9	78,2	70,7	84,9	65,0	64,0
Доступности услуг	75,1	73,3	70,8	75,6	74,8	68,4
Профессионализма персонала	75,5	72,5	69,4	78,1	65,9	68,6
Интегральный показатель оценки качества услуг предприятий розничной торговли	77,1	73,8	66,1	77,9	51,1	58,1

Проведенная оценка качества услуг в различных типах, форматах предприятий розничной торговли позволяет выявить сильные и слабые стороны, угрозы и возможности и разработать на этой основе эффективную стратегию повышения социально-экономической эффективности деятельности.

### **III. ЗАКЛЮЧЕНИЕ**

1. Конкретизировано и дополнено содержание категорий «услуга», «качество услуг» предприятий розничной торговли с позиций полезности с точки зрения эффективности процессов обмена.

2. Систематизированы классификационные признаки видов услуг розничной торговли, дополненные признаками «по направлению услуг» и «по мере воздействия», что позволило определить основные направления научных исследований и производить оценку услуг с позиций потребителей и поставщиков товаров.

3. Предложена методика оценки качества услуг предприятий розничной торговли на основе синтеза 3-х подходов: оценки ожиданий и восприятия, анализа единичных, частных показателей качества услуг, интегральной оценки.

4. Разработана методика оценки качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли на основе интегрального подхода, что позволяет осуществить всестороннюю оценку данного показателя и принимать на этой основе оперативные управленческие решения по повышению качества.

5. Структурированы детерминанты и показатели оценки качества услуг предприятий розничной торговли с позиций различных рыночных субъектов (потребителей и поставщиков товаров) на основе интегрального подхода.

### **IV. СПИСОК РАБОТ, В КОТОРЫХ ОПУБЛИКОВАНЫ ОСНОВНЫЕ ПОЛОЖЕНИЯ ДИССЕРТАЦИИ**

#### **Публикации в изданиях, рекомендованных ВАК РФ:**

1. Трусова С. В. Методические подходы к оценке качества услуг розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терешенко // Сегодня и завтра российской экономики. – 2010. – Вып. 40 - 41. – С.193-198. – 0,5 п.л. (авторских. 0,3 п.л)

2. Трусова С. В. Современные подходы к оценке качества торгового обслуживания на предприятиях розничной торговли / С. В. Трусова// Сегодня и завтра российской экономики. – 2009. – Вып. 27. – С. 142-148. – 0,5 п.л.

#### **Прочие публикации по теме диссертации:**

3. Трусова С. В. Методика оценки качества торгового обслуживания на основе интегрального подхода/ С. В. Трусова, Н.Н. Терешенко // Актуальные проблемы права, экономики и управления: материалы междунар. науч.- практ. конф. - Иркутск: РИО САПЭУ, 4-5 мая 2011 г. - Вып. VII. Т. I. – С. 102-104. – 0,4 п.л. (авторские 0,2)

4. Трусова С. В. Интегральный подход к оценке качества услуг розничной торговли/ С. В. Трусова // Актуальные проблемы права, экономики и управления: материалы междунар. науч. - практ. конф. - Иркутск: РИО САПЭУ, 4-5 мая 2011 г. - Вып. VII. Т. I – С. 106-108. - 0,4 п.л.

5. Трусова С. В. Оценка качества услуг розничной торговли с позиций различных рыночных субъектов/ С. В. Трусова, Н. Н. Терешенко // Актуальные проблемы современной науки и пути их решения: материалы III международной науч. - практ. конф. аспирантов и докторантов, 25 ноября 2010 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2010. – С. 374-376. - 0,38 п.л. (авторские 0,2)

6. Трусова С. В. Формирование системы показателей оценки качества торгового обслуживания в розничной торговле / С. В. Трусова, Н. Н. Терешенко // Инновационные



процессы в развитии современного общества : материалы Международной науч.-практ. конф. – Омск, 2010. – С. 204-209. - 0,4 п.л. (авторские – 0,2 п.л.)

7. Трусова С. В. Методика проведения оценки качества торгового обслуживания в розничной торговле / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы VI Межрегион. науч.-практ. конф., 21 апреля 2010 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2010. – С. 217-223. - 0,4 п.л. (авторские – 0,2 п.л.)

8. Трусова С. В. Изучение и оценка показателей доступности услуг предприятий розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Актуальные проблемы развития потребительского рынка: материалы VII Межрегион. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, 22 апреля 2010 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2010. – С. 374-376. - 0,3 п.л. (авторские 0,2)

9. Трусова С. В. Изучение и анализ качества торгового обслуживания в предприятиях розничной торговли в г.Красноярске / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы Межрегион. науч.-практ. конф., 30 апреля 2009 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2009. – С. 246-251. - 0,4 п.л. (авторские – 0,2 п.л.)

10. Трусова С. В. Современные подходы к оценке качества услуг розничной торговли / С. В. Трусова // Актуальные проблемы развития потребительского рынка: материалы VI Межрегион. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, 29 апреля 2008 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2008. – С. 111-115. - 0,2 п.л.

11. Трусова С. В. Современные подходы к модели и требованиям, предъявляемым к качеству услуг розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Современные проблемы российской экономики: материалы V Межрегион. науч.-практ. конф. студентов, аспирантов и молодых ученых, 25 апреля 2008 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2008. – С. 144-149. - 0,44 п.л. (авторские – 0,22 п.л.)

12. Трусова С. В. Методологические подходы к оценке качества услуг предприятий розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы IV Межрегион. науч.-практ. конф., 30 апреля 2008 г. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2008. – С. 84-92.- 0,4 п.л. (авторские – 0,15 п.л.)

13. Трусова С. В. Современные подходы к оценке качества услуг розничной торговли / С. В. Трусова // Актуальные проблемы современной науки и пути их решения: материалы Меж. вуз. науч.-практ. конф. аспирантов и докторантов / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2007. – С. 21-25. - 0,25 п.л.

14. Трусова С. В. Contemporary approaches to retail quality service estimation / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Scientific notes. – Vol. 6-7. - Krasnoyarsk, 2007-2008. – P. 38-42. - 0,25 п.л. (авторские – 0,125 п.л.)

15. Трусова С. В. Методические подходы к оценке качества услуг розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Опыт и проблемы социально-экономических преобразований в условиях трансформации общества: регион, город, предприятие: сб. статей V Междунар. науч.-практ. конф. – Пенза: РИО ПГСХА, 2007. – С. 218-221. - 0,25 п.л. (авторские – 0,125 п.л.)

16. Трусова С. В. Современные подходы к классификации услуг розничной торговли / С. В. Трусова, Н. Н. Терещенко // Сфера потребительских услуг: актуальные проблемы и перспективы развития : материалы III Межрегион. науч.-практ. конф. / Краснояр. гос. торг.-экон. ин-т. – Красноярск, 2007. – С. 237-243. - 0,6 п.л. (авторские – 0,3 п.л.)





102